

La dimension marketing RH dans le recrutement Ref : 28835 au 20/01/2020

PUBLIC CONCERNÉ

Chargé-e-s de Recherche/E-sourceurs, Consultant-e-s en cabinet de conseil en recrutement, Talent acquisition managers. Toute personne en charge du recrutement en entreprise. Accessible aux personnes en situation de handicap.

DURÉE

14 heures, soit 2 journées. **HORAIRES** : 9h00-12h30/14h00-17h30 (*modifiables à la demande*)

PRÉREQUIS

Avoir déjà mené des recherches de candidats dans le cadre de recrutements

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- S'approprier les différentes cultures d'entreprise pour attirer de nouveaux talents
- Mettre en pratique des outils et méthodes issus du marketing pour recruter
- Connaître les concepts de la Marque Employeur et être en mesure d'aider son client ou son entreprise à valoriser son offre
- Comprendre l'importance du recrutement sous l'angle de l'expérience candidat, première étape de l'expérience collaborateur

PROGRAMME

Le recrutement aujourd'hui, évolution des pratiques depuis 15 ans

- ⇒ Évolution des pratiques et segmentation
- ⇒ Les compétences émergentes qui font évoluer les métiers
- ⇒ Typologie des recruteurs et les changements dans ce métier
- ⇒ Les différentes pratiques : conquête, sélection, intégration et fidélisation

La nécessité du marketing RH en termes stratégiques pour l'entreprise

- ⇒ Indispensable proactivité du cabinet ou de l'entreprise en matière de recrutement
- ⇒ Observation de la concurrence : veille, benchmark, positionnement, différenciation
- ⇒ Le collaborateur, premier client du marketing RH (VS cabinet)
- ⇒ Les outils du marketing RH, vocabulaire, évolution des métiers, facteurs de succès

Diagnostic : SWOT de l'approche Marketing RH dans son entreprise

L'impact du web sur la communication RH

- ⇒ Les bouleversements induits par les TIC, phénomène de digitalisation de l'entreprise, Big Data
- ⇒ Évolution des formes de communication, adaptation aux différents supports et cibles
- ⇒ Techniques de communication applicables en RH (storytelling, steel-manning et technique de vente appliquées aux RH)

Atelier pitch : convaincre et engager en 1/3/5 minutes

Atelier d'écriture : rédiger pour le web en optimisant ses offres d'emploi

Le Branding au service de la Marque Employeur de l'Entreprise

- ⇒ La notoriété et réputation à l'heure du digital, conséquences, actions à envisager
- ⇒ Analyse du profil et des présences (Linkedin, Facebook, Twitter), organisation de campagnes de recrutement via les réseaux sociaux
- ⇒ Expérience candidat et programme Ambassadeurs, optimisation des présences, valorisation des collaborateurs et outils d'aide à livrer

Atelier Profil : mise à jour des profils et présences dans un objectif d'harmonisation et de professionnalisation

Atelier d'écriture : rédiger pour le web, publications sur les réseaux sociaux

Stratégie d'attraction et de fidélisation des collaborateurs

- ⇒ *Penser Expérience candidat et expérience collaborateurs, les outils actuels*
- ⇒ *L'utilisation de personas, leur création et intérêts*
- ⇒ *Des pratiques nouvelles en développement (inbound recrutement, marketing de contenu...)*
- ⇒ *Les étapes clés du processus, de la définition du besoin à l'intégration et au suivi du collaborateur*

Atelier : Connaître/Identifier les bonnes pratiques existantes au sein de l'entreprise, pouvoir conseiller un plan d'actions avec les axes clés à développer

MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

AVANT LA FORMATION

Un lien vers un extranet personnel est adressé à chaque participant qui aura accès à :

- ⇒ son questionnaire d'autodiagnostic et de recueil des attentes
- ⇒ sa convocation
- ⇒ le livret d'accueil de l'INSTITUT DU RECRUTEMENT
- ⇒ le Règlement intérieur de l'INSTITUT DU RECRUTEMENT
- ⇒ le Programme de formation
- ⇒ les documents de formation dématérialisés

PENDANT LA FORMATION

L'approche formative est pratique, reliée à des cas concrets en lien avec des expériences professionnelles vécues au quotidien par les participant-e-s. Jeux de rôle et debriefing, activités et interactivités tout au long du parcours avec apports notionnels, exercices pratiques individuels, en grand groupe et sous-groupes, QUIZZ d'autodiagnostic, démonstration d'outils suivie de tests.

Au cours de la formation, le formateur remettra aux stagiaires le livret pédagogique reprenant l'ensemble des slides projetés et les fiches-outils en version papier.

MODALITÉS D'ÉVALUATION DE LA FORMATION

Questionnaire d'auto-évaluation des connaissances post formation.

COMPÉTENCES ACQUISES

A l'issue de cette formation, vous serez capable de mettre en œuvre des méthodes issues du marketing pour recruter.

APRÈS LA FORMATION

Afin de faciliter la mise en application des enseignements, le participant bénéficie d'une assistance conseil assurée par les formateurs.

Le/la participante peut s'adresser personnellement aux formateurs par téléphone et/ou par e-mail.

COÛT PÉDAGOGIQUE

Voir devis

LIEUX ET DATES

Planning et devis joint

INTERVENANTS

Martine GALLINA Fondatrice de l'INSTITUT DU RECRUTEMENT, 30 ans d'expérience de Chasse de Têtes et 20 ans d'animation de formations aux Techniques de Recherche et Evaluation de candidats.